

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. A. R., & Rochmoeljati, R. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experince Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Wifi. *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, 2(6), 1160-1166.
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet). *JURNAL Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)* , 4.
- Ali, S. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 6(1), 94–99.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88–103.
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201-223.
- Anggono, B. N. T., Istiatin, I., & AB, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144-153.
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 90–102.
- Annisa, A. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Annisa, A., & Yoestini, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 24(1).
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aprilia, R. W. (2023). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen (*Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*).
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arifin. (2021). *Shopee Best E-Commerce dan Ahmad Al-Neama CEO of The Year Versi Selular Award 2021 Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Shopee Best E-Commerce dan Ahmad Al-Neama CEO of The Year Versi Selular Award 2021*, <https://www.tribunnews.com/techno/2021/07/08/shopee-best-e-commerce-dan-ahmad-al-neama-ceo-of-the-year-versi-seluler-award-2021>. Tribunnews.Com.
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ashari, R., & Widayanto, W. (2018). Pengaruh kepercayaan dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui sikap pengguna pada situs belanja online Lazada.com (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 209-218
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54–61.
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi

Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749–1766.  
<https://doi.org/10.24843/EJA.2019.V28.I03.P08>

Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.

Ayu, M. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay Di Kota Semarang) (Doctoral Dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).

Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. U. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Shopee pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 61-67.

Blackbox Research. 2020. Indonesians Most Satisfied with Grab, Shopee: Survey. Diakses dari : <https://jakartaglobe.id/business/indonesians-most-satisfied-with-grab-shopee-survey>

Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122.

Choirudin, M., Irwanto, N. Y., Nanda, A., Putra, R. S., & Riyandito, M. R. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 738-744.

Cnnindonesia. (2024). Menilik Manfaat Program Garansi Bebas Pengembalian Shopee bagi Penjual. Diakses dari : <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240306094346-625-1070987/menilik-manfaat-program-garansi-bebas-pengembalian-shopee-bagi-penjual>.

Davis F. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology* (Vol. 13). MIS Quarterly.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Devina, B., & Rokhyadi, A. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa leasing yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 55–63.
- Dewi, Sinarwati, Yuniarta. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganेशha. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 7(1).
- Dharmawan, S. A. (2018). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Selfservice Technology (Sst) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas. *UNEJ E-Proceeding*.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27–37.
- Febrianingrum, I. L., & Anwar, M. Z. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Aplikasi Linkaja Syariah Di Solo Raya (Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said Surakarta).
- Fionita, S. A., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23841-23846.
- Genady, D. I. (2018). Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat (studi kasus di Provinsi DKI Jakarta) (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba.

- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal of Business and Management Research*, 4(5). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.5.100>
- Haerani, P. N., Latief, F., & Agunawan, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Kozi Coffee Di Makassar. *Jurnal Manuver: Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 15-29.
- Harefa, P. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Go-Pay (Studi Pada Mahasiswa/I S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Harish. (2023). Keluhan Shopee, Seller Ini Rugi Rp1,3 Juta Karena Barang Hilang di Cakung DC Hanya Diganti Voucher Rp10 Ribu. *Bingkainasional.Com*.
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, terhadap Keputusan Belanja pada Aplikasi Digital Cumart dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13725–13733.
- Humaidi, H. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)*.
- Ikram, M. M. (2021). Keputusan Penggunaan Layanan GoFood Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 71-80.
- Iliyini, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85-92.
- Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1–8.

- Indarwati, T. A., Dhenabayu, R., Pradana, R. M., & Dewi, H. S. C. P. (2023). Perceived Ease of use on Purchasing Decisions in E-Commerce: a case study of TikTok social media. *International Journal Of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 3(1), 24–35.
- Indyah Hartami Santi, & Fandi Sudiasmo, (2020). *Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=1qoJEAAAQBAJ>
- Iqbal, J. (2018). Metode Pembelajaran E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Modelling (TAM) Untuk Pembelajaran Akuntansi. *InFestasi*, 14(2), 116–125.
- Istiono, D., & Hernita, N. (2022a). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi Jne Kabupaten Majalengka. *Jurnal Daya Saing*, 8(2), 271–276. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i2.899>
- Istiono, D., & Hernita, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi Jne Kabupaten Majalengka. *Jurnal Daya Saing*, 8(2), 271–276. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i2.899>
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Jony Wong. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kharisma. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Pay pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Thesis Universitas Sumatera Utara*.
- Khristiana, Y., & Octaviani, A. (2019). Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Online Shopping Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta. *Journal Of Management, Business And Education*, 6(1), 29-36.

- Kholick, A., & Kaihatu, T. S. (2022). Analysis of the Effect of Service Quality on Corporate Image and Service Usage Decisions at PT. Biro Klasifikasi Indonesia (Persero). *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*.
- Kirom, N. R., & Handayati, P. (2022). Keputusan pembelian online dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen. *INOVASI*, 18(2), 227–231.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Laela, S. R. S., & Supriyono, S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Dana Pada Generasi Z Di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 235-240.
- Lawu, S. H., Sitorus, R. M., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Grab Bike (Studi Kasus Wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 126–129.
- Lubis, Ardiansyah, Jaya, & Kasmad. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krispy Kreme Di Supermall Ciledug Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1).
- Lukasyanti, D. (2006). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Marlina, E. (2018). Implementasi Technology Acceptance Model Dalam Aktivitas Berbelanja Online Melalui Situs Lazada. Co. Id. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 1-15.
- Masruroh, A. (2022). Pengaruh Eservice quality dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Syariah Link Aja serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. Universitas Islam Negeri Jakarta

- Maulidiyah. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Doctoral Dissertation, STIE Perbanas Surabaya.*
- Morgan, M. & Hunt, D. (2011). The Commitment-Trust Theory Of Relationship. *Marketing, Journal Of Marketing* 58(3): 20-38. *Muller Et Al.*
- Mulyapradana, & Atik. (2018). Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. . *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol).*, 1.
- Mowen, John C. And Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen. Alih bahasa Dwi Kartini Yahya.* Jilid 2. Ed. 5. Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa.*
- Nugroho, B. W., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Percieved Usefulness, Percieved Ease Of Use, Dan E-service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-food Pada Umkm Di Jalan Sukabirus Sekitar Kawasan Telkom University. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1).
- Nurochani, N., Jusuf, E. dan Juju, U. (2023). *Strategi Pengembangan Layanan E-Banking Syariah.* Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Akuntabel*, 17(2), 277–288.
- Perdana, F. I., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).

- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analysis Of The Influence Of Price, Promotion, Location And Services Quality On Purchase Decisions In Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea, 6(4).
- Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(7), 2247–2256.
- Pratama, & Saputra. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *EJurnal Akuntansi*, 27, 927.
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Di Kota Magelang). *UMMagelang Conference Series*, 505–517.
- Purnawan, I. K. A. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 217-225.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137-150.
- Rahman, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Studi Kasus Pada Pt. Aplikasi Karya Anak Bangsa Di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 4(1).
- Rani, Y. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Fitur Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung) (*Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung*).
- Rahmawati, N. F., Firmansyah, A., & Alfihani, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Marketplace Shopee

(Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee di Jakarta Utara). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(3), 310-323.

- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157-168.
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Ramadhan, A. F. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Rani, A., & Widyaningsih, M. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan Mobile Banking BSI (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62.
- Rumagit, M. F., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado: Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4).
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputra, I. I. T. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Word Of Mouth, Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pengguna Grabcar Pada Mahasiswa/I Di Wilayah Tangerang (Doctoral Dissertation, Universitas Buddhi Dharma).

- Saputra, H. S. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan KAI Acces di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Setyoadi, M. A., & Rusyda, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Fitur Shopee Food dalam Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Fitur Shopee Food di Kota Bekasi). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 114-121.
- Simanihuruk, P., Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., Hidayat, D. R., & Rachman, S. H. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen : Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=eMm8EAAAQBAJ>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis untuk skripsi, tesis dan disertasi*. Andi.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia.
- Susanti, N. L. P. R., & Putra, I. M. P. D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, Dan Risiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(03).
- Susanto, E., & Jimad, N. (2019). Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E-filling. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 5(1).
- Tempo Bisnis. (2022). Fitur dan Kemudahan Baru untuk UMKM di Shopee Pilih Lokal. Diakses dari : <https://bisnis.tempo.co/read/1620869/fitur-dan-kemudahan-baru-untuk-umkm-di-shopee-pilih-lokal>
- Tjiptono, & Anastasia. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.

- Trisnowati, D. K., & Nugraha, H. S. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bengkel PT. Astra International Tbk-Daihatsu Majapahit Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 374-381.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Wasana, I. D. P. T. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan ShopeePay sebagai Metode Pembayaran di E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 127-135.
- Wicaksono, R. D. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Syariah LinkAja Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Wilayah Kota Bekasi) (*Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta*)
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54-68.
- Wijaya, Pratami, & Yasa. (2022). Keputusan pembelian e-commerce selama pandemi: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, harga, dan sikap konsumen. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(1), 26–37.
- Wulandari. (2021). Keluhan Penjual Online Shopee Viral di Medsos, Kaget Dapat Tagihan Pajak Rp 35 Juta Artikel ini telah tayang di BanjarmasinPost.co.id dengan judul Keluhan Penjual Online Shopee Viral di Medsos, Kaget Dapat Tagihan Pajak Rp 35 Juta, <https://banjarmasin.tribunnews.com/2021/11/26/keluhan-penjual-online-shopee-viral-di-medsos-kaget-dapat-tagihan-pajak-rp-35-juta>. *Tribunnews.Com*.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>

Yani, T. E., & Kuswardani, D. C. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 192–200.

